

电子商务专业人才培养方案

泉州市工商旅游职业中专学校

目 录

电子商务专业人才培养方案.....	3
一、专业名称（专业代码）	3
二、入学要求.....	3
三、基本学制.....	3
四、指导思想.....	3
五、基本原则.....	3
六、培养目标.....	4
七、职业范围.....	4
八、人才规格.....	4
九、主要接续专业.....	7
十、学分分配表.....	7
十一、课程设置表.....	8
十二、独立实践教学环节（必修：12 学分）	10
十三、实训实习环境.....	10
十四、专业教师任职资格.....	12
十五、实施建议说明.....	13

电子商务专业人才培养方案

一、专业名称（专业代码）

电子商务（730701）

二、入学要求

初中毕业或具有同等学历

三、基本学制

3年

四、指导思想

坚持以邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观为指导，深入贯彻习近平总书记系列重要讲话精神，以“培育新型师资，培养应用人才”为目标，以专业内涵建设为主线，以提高技能型人才培养质量为核心，培养高质量的专门技术人才。

五、基本原则

（一）应用性原则。紧贴区域产业升级、行业发展状况，以职业岗位的需要为出发点，注重职业岗位能力培养，遵循教育规律，理论联系实际，提高学生学习能力、实践能力和创新能力，强化人才培养的社会适应性，全面服务技能型人才培养和经济社会建设。

（二）协调性原则。进一步控制理论教学学时，增加实践教学学时，以“能用、适用、应用”为目标，整体优化知识体系、课程体系、实践体系，理论教学和实践教学相互融通，第一课堂和第二课堂相互融通，课内育人和课外育人相互融通，突出体现应用型人才知识、能力和素质的协调发展。

（三）开放性原则。加快校地、校企、校际和国际合作办学，把行业准入课程、合作培养课程纳入人才培养方案，积极引进、利用优质办学资源，探索学院与行业、企业合作共建、合作育人的人才培养机制。

六、培养目标

本专业坚持立德树人，面向商业行业企业，培养能适应我国社会主义市场经济需要，掌握电子商务理论知识，熟练运用计算机及其网络技术，通过电子商务平台从事网络营销、网店编辑、客户服务等一线工作，德智体美全面发展的高素质高技能型人才。

七、职业范围

序号	对应职业（岗位）	职业资格证书	专业（技能）方向
1	网店编辑	网络编辑员、计算机网络管理员、计算机操作员	网店编辑、美工方向
2	产品编辑		
3	网店装修		
4	客户服务	普通话水平测试等级证书	客服方向
5	网络销售、推广	电子商务师（初级）	网络营销、网店运营方向
6	网店运营		

八、人才规格

本专业毕业生应具有以下职业素养、专业知识和技能：

（一）职业素养

1. 具有良好的职业道德，能自觉遵守行业法规、规范和企业规章制度。

2. 具备网络交易安全意识，能防范个人信息泄露，辨别网络欺诈，采用正规渠道实施网络买卖与支付。

3. 具有执行能力、应变能力，团队协作与承压能力。

4. 具有良好的语言表达和沟通能力。
5. 具有较强的逻辑思维能力并能独立处理问题。
6. 具有一定的创新能力。
7. 具有正确的就业观和自觉的创业意识。

(二) 专业知识和技能

1. 了解基本的商务礼仪常识。
2. 了解营销基础知识。
3. 掌握计算机应用基础知识，能使用计算机常用工具软件（包括网络工具软件）处理日常工作文档，满足工作需要。
4. 掌握电子商务基础知识，能熟练使用互联网交易平台处理B2B、B2C、C2C、团购等商务活动交易。
5. 掌握电子商务网站信息采集与信息加工的相关知识，能完成信息搜集、原创，编辑，发布等信息处理工作。
6. 掌握电子商务物流配送相关知识，能完成商务商品打包、订单处理，配送等环节的重要工作，符合企业规范。
7. 掌握电子商务网站相关知识，能根据需求，设计网站风格、网页布局、网站调色等，并使用设计类工具软件呈现设计效果图。
8. 掌握网络营销相关知识，能根据需求，操作站内和站外推广媒介，达到网络营销目的。
9. 掌握电子商务日常工作中客户服务相关专业知知识，能按照服务规范与流程，服务客户，提出顾客接受的解决方案。

专业（技能方向）——网店编辑、美工

1. 能够进行产品主辅图及详情页的创意性策划及设计。
2. 能使用设计类工具软件，按照网站设计效果图建设网站，符合行业规范。
3. 能够进行网店内容、原创资讯以及宣传稿件的撰写、编辑，管理，发布、更新、推广能力；
4. 能根据促销方案，使用工具软件，设计制作促销广告，清晰表达促销方案重点信息。
5. 能够进行网店专题、栏目、活动的策划、组织和维护；
6. 能使用软件及第三方平台的后台功能，美化网店页面。

专业（技能方向）——客户服务

1. 对电脑有基本的认识，熟悉办公软件和网络工具的使用。
2. 具备专业的客户服务技巧和倾听能力，能够使用标准的普通话、规范化语言服务客户，与客户顺畅沟通交流。
3. 能够通过在线聊天工具及电话方式，及时妥善解决顾客提出的各项疑问和要求。
4. 能理解客户需求，正确录入信息，汉字录入速度达到 80 字/分钟。
5. 能够建立客户档案，并维护客户关系。
6. 能按照客户关系管理流程与规范，使用 CRM 客户管理管理系统，实施大客户关系管理。

专业（技能方向）——网络营销、网店运营

1. 熟悉各种网络营销推广工具的使用，能够进行微信、微博、论坛等各种网络推广工具的运营及管理。
2. 能根据企业需求，撰写不同类型的软文，符合行业规范。
3. 能根据企业需求，策划促销活动主题，撰写促销活动方案，制定促销活动实施计划。
4. 能根据企业需求，运用整合网络营销相关知识，利用推广媒介实施网络推广。
5. 能根据推广运营目标，实施基础的 SEO 推广，熟练各种运营方法和工具，满足基本需求。

九、主要接续专业

高职：电子商务、工商管理

本科：电子商务、工商管理

十、学分分配表

课程类别	性质	学分数		占总学分比例 (%)		
公共基础课程	必修	44		32.5%		
	选修	6		4.4%		
专业核心课程	必修	36		26.6%		
专业方向课程	必修	36		26.6%		
专业选修课程	选修	18		13.3%		
独立实践教学环节	必修	12		8.8%		
总学分	必修	111	82.2%	合计	135	100%
	选修	24	17.7%			

十一、课程设置表

(一) 公共基础课程 (44 学分)

1、必修课程

课程名称	学分	学时	开课学期
职业生涯规划	2	32	1
职业道德与法律	2	32	2
经济政治与社会	2	32	3
哲学与人生	2	32	4
计算机应用基础	4	108	1-2
美术基础	2	36	1-2
历史	4	72	1-2
语文	10	198	1-4
数学	8	144	1-4
英语	8	144	1-4
体育 I	1	32	1
体育 II	1	32	2
体育 III	1	32	3
体育 IV	1	32	4
合计	44	800	

2. 选修课程 (6 学分)

序号	系列	要求
1	人文社会科学系列	本专业学生须在本系列中至少选修 2 学分
2	自然科学与技术系列	本专业学生须在本系列中至少选修 2 学分
3	艺术、体育与健康系列	任选 1 学分

4	综合素质教育讲座	任选，6个讲座可计1学分
---	----------	--------------

(二) 专业主干课程

1. 必修课程 (36 学分)

课程类别	课程名称	学分	学时			开课学期	
			理论课时	实训课时	合计		
核心课程	财务基础	2	24	8	32	1	
	电子商务物流	2	24	8	32	1	
	摄影基础	4	32	32	64	1-2	
	电子商务概论	4	96	32	128	1-2	
	Photoshop 基础	4	16	112	128	1-2	
	电子商务客户服务	4	32	32	64	3-4	
	网店美工	4	48	144	192	3-4	
	市场营销	4	96	32	128	3-4	
	店铺运营	6	32	128	160	3-5	
	营销策划及实施	2	24	8	32	5	
	合计	36	424	536	960		
技能方向课程	网络营销	商务软文写作	4	20	12	32	4
		电子商务案例分析	4	20	12	32	5
		网络推广	4	36	12	48	6
	网络编辑	商务网页设计与制作	4	72	36	108	4
		网络广告制作	4	30	24	54	5
		网店装修	4	36	36	72	6
	客户服务	文字录入	4	36	36	72	4
		商务礼仪与商务谈判	4	38	20	58	5
		客户关系管理	4	32	12	44	4
	合计	36	320	200	520		

合计	72	736	744	1480	
----	----	-----	-----	------	--

2. 专业选修课（18 学分）

课程名称	学分	学时			开课学期
		理论课时	实训课时	合计	
网络广告策划	3	54		54	3
网络经济学	3	54		54	3
静态网页设计	4	38	38	76	3
电子商务网站建设	2	39	15	54	3
商贸英语	2	36		36	4
进出口实务	3	54		54	4
仓储管理	3	36	18	54	4
物流信息技术	3	54		54	4
运输与配送	3	54		54	5
物流运筹学	3	54		54	5
国际物流	2	36		36	5
合计	31	509	71	580	

十二、独立实践教学环节（必修：12 学分）

课程名称	学分	周数	开课学期
军训	2		1
专业见习	6		5
毕业实习	2		6
社会实践	2		1-6
合计	12		

十三、实训实习环境

（一）校内实训工作室

本专业应配备校内实训实习室和校外实训基地，校内实训实习建议具备“互联网+”O2O综合体验馆、“互联网+”美工工作室、“互联网+”摄影工作室、“互联网+”运营工作室、“互联网+”客户服务工作室、“互联网+”网络营销工作室、“互联网+”综合培训工作室。

序号	实训室名称	实训室功能
1	O2O综合体验馆	通过O2O体验馆可以让学生了解学习微信、微博电商新玩法，同时师生还可以借助于O2O体验馆对商品进行深入研究
2	美工工作室	美工工作室主要是用来培养学生平面广告设计、包装设计、装饰设计、排版编辑、网页制作、特效制作、商品图形图像处理等电子商务相关工作技能。为学生提供体验完整工作过程的学习机会，逐步实现从学习者到工作者的角色转换。
3	摄影工作室	摄影是电子商务综合实训体系的重要环节，主要承担电子商务流程下的商品拍摄环节，作为商品摄影实训体系组织与实施的具体环境，着重培养我校电子商务专业学生对专业的综合实践能力，体系化掌握电子商务流程的重要环节——商品摄影及商品E化技能。
4	运营工作室	运营工作室主要是为了帮助电子商务专业学生掌握其网店开设及运营的综合技能，通过运营工作室的综合实践操作，让学生掌握网上支付与银行结算原理与规律，提升客户关系管理的技巧和能力，为学生承接企业真实电子商务项目运营及创业孵化积累了丰富的经验。同时，可作为各种电子商务比赛、考试、考证区域，满足各种教学活动和社会活动需要。
5	客户服务工作室	客户服务工作室，主要用于学生技能实训和承接真实工作任务。利用千牛软件，I博导等平台模拟客户信息服务的运作流程和基本功能。通过承接十一或双十二等真实企业任务，提升学生客户信息服务的相关工作技能。
6	网络营销工作室	网络营销工作室，引进电子商务专业学生网络营销核心能力培养平台，全方位获取电子商务专业学生互联网营销核心技能，综合提升学生实践及就业能力。
7	综合培训工作室	服务于区域经济发展，为区域电子商务相关社会人员、教师、学生、企业员工提供实训、培训、进修等。

--	--	--

（二）校外实训基地

选择优质企业开展校企合作，建立校外实训基地，保障短期实践项目教学、顶岗实习等教学活动实施，提供教师企业挂职锻炼岗位，实现教师轮岗实践，提升教师“双师素质”。

十四、专业教师任职资格

教学实施工作中的师资主要包括专业主干课程的任课教师和企业实习指导教师(聘用企业工作人员)两部分；

（一）本校教师

专业专任教师除具备职业院校教师基本任职条件外，应突出双师素质教师的应用。教师应具有良好的师德和扎实的专业理论知识；专业教师对本专业课程有较全面的了解，有企业工作经验或实践经历，能把握本专业前沿知识与技术，具备行动导向的教学设计和实施能力。行业企业引进教师与院校引进教师应保持适当比例，强化对院校引进教师的企业顶岗实习与实践技能培训，强化对教师职业理论、方法的培养及教学水平的提升。

（二）企业兼职教师

1. 要求企业兼职教师学习职业教育改革最新理论，按照职业教育改革实施方案的相关规定实施教学；

2. 要求企业兼职教师参与本专业的教研活动，定期参与电子商务相关教学和实训、实践；为学生提供企业现场教学，企业课堂讲学等

内容。把企业的新技术、新的管理理念引入教学当中，对教学中存在的问题及时进行总结和反思。

十五、实施建议说明

（一）评价建议

1、转变评价观念。评价的目的要从注重甄别转变为注重激励、诊断与反馈；

2、转变单一的评价模式。采用多元评价方式，使终结性评价与过程性评价相结合；个体评价与小组评价相结合；理论学习评价与实践技能评价相结合；除书面考试以外，还可以采用观察、口试、现场操作、提交案例分析报告等方式，进行整体性、过程性和情境型评价。

3、加强评价结果的反馈。通过及时反馈，更好地改善学生的学习，有效地促进学生发展。在反馈中要充分尊重学生，以鼓励、肯定、表扬为主。

（二）教学实施建议

遵循职业教育教学规律，体现项目课程教学特点和原则：

1、确立以生为本的教学理念，按照能力本位要求设计、组织教学活动，制定开发校本课程计划；

2、根据中等职业院校学生的心理特点和职业能力形成的规律，激发学生学习兴趣和热情帮助学生树立学习的成就感和自信心，努力营造宽松、和谐、民主的学习氛围；

3、积极利用和开发课程资源，重视学生的生活经验，积极创设项目课程实施情境，促使学生实践能力的形成和综合素质的提高；

4、优化教学过程，采用先进的教学模式即“行为导向”模式。
为学生提供体验完整工作过程的学习机会，经历“确定任务→制定工作计划→实施计划→进行质量控制与检测→评估反馈”整个工作过程。